

المحاضرة الثانية. برامج و نشاط العلاقات العامة

خطة المحاضرة

1. برامج العلاقات العامة
 - العوامل المؤثرة على العلاقات العامة
 - شروط نجاح برامج العلاقات العامة
 - أنواع و برامج العلاقات العامة
 - أولا. البرامج الوقائية
 - ثانيا. البرامج العلاجية

1. برامج العلاقات العامة

و البرنامج هو دلالة على مجموعة من الترتيبات المنهجية و الموضوعية و الشكلية العامة و التفصيلية التي يتم تنظيم المعلومات الخاصة بموضوع البرنامج أي برنامج على أساسها بحيث تصبح المعلومات في صورتها النهائية قادرة على تحديد مجموعة الأساسيات التي يتكون منها البرنامج و تقدمها بصورة تلقائية و منظمة كلما طلب ذلك يجعلها معدة للتنفيذ حيث يقوم مختص العلاقات العامة بدراسة الموضوعات المختارة و ينظم جميع الطرق اللازمة و التسهيلات لتنفيذ البرنامج فالعلاقات العامة الحديثة تمتاز بالبرامج الوظيفية أي البرامج التي تؤدي وظائف محددة و إذا كانت هذه البرامج لا تؤدي ما تتطلبه منها فإنها تصبح قاصرة و يتحتم تعديلها.

1.العوامل المؤثرة على برامج العلاقات العامة

عوامل داخلية تتمثل في :

- الإمكانيات المالية للعلاقات العامة فانخفاض الاعتمادات المالية المخصصة للعلاقات العامة يؤثر بلا شك على برامجها بالسلب .
- نقص المتخصصين في مجال العلاقات العامة و يرجع ذلك لعوامل عديدة أهمها عشوائية التعيين
- عدم تقدير الدور الذي تقوم العلاقات العامة من جانب الإدارة العليا تقديرا صحيحا يتفق مع الدور الهام الذي تنهض به العلاقات العامة .
- افتقار العلاقات العامة إلى إتباع الأساليب العلمية في التخطيط و تحديد الأهداف .
- تداخل الاختصاصات بين جهاز العلاقات العامة و بعض الأجهزة الأخرى في المؤسسة و عدم وجود درجة كافية من التنسيق بينهم .

عوامل خارجية تتمثل في :

هي تلك العوامل المتصلة بالبيئة التي تعمل فيها المؤسسة فكلمنا كانت متناقضة مع بيئتها التي تعمل فيها كلما اثر ذلك في برامج العلاقات العامة حيث أن برامج العلاقات العامة تقوم على عمليات اتصال مخططة و عليه أصبح هناك حاجة لضرورة تحقيق التفاهم و الانسجام بين المؤسسة و بيئتها و هذا يتطلب إمكانيات و جهدا إضافيا .

2. شروط نجاح برامج العلاقات العامة .

- أن يتضمن معلومات لها مغزى بمعنى أن يتضمن البرنامج ما يفيد الجمهور و يمس مصلحته بصورة مباشرة محددة .
- أن يكون البرنامج مؤثرا إلى أقصى مدى فالعبارة الواضحة و الصوت الواضح هما مفتاح الاتصال و أسس استمراره.
- يلزم أن يكون البرنامج مرنا و مبنيا على دراسة و علم و دراية و خبرة سابقة مع الجمهور الموجه إليه البرنامج .
- يجب جعل برامج العلاقات العامة تتصف بالمرونة و الديناميكية لكي تتلاءم مع الأوضاع و الظروف المحيطة في البيئة الخارجية و لكي تستجيب للتغيير وفق المستجدات .
- وضوح الموضوع في صلب البرنامج و هو ما يعني صياغة البرنامج بطريقة واضحة تبرز الصورة السليمة التي تؤثر في نفسية الجماهير .
- يجب أن يقوم البرنامج على خطوات متدرجة تبدأ بإشعار الفرد بوجود مشكلة تخصه ثم إفهامه بان الهدف الأول و الأخير للبرنامج هو حل هذه المشكلة فهذا يؤدي إلى قبول البرنامج و تحقيقه لأهدافه المرغوبة و اختيار أفضل الوسائل الإعلامية لنقل الرسالة للجمهور و من هنا نجد أن برامج العلاقات العامة تخدم أهدافها عموما و بالتالي فان الغاية من وضع برامج العلاقات العامة هو تحقيق الأهداف التي تسعى إليها البرامج و من هنا لزم إجراء تقويم مستمر لهذه البرامج للتعرف على نقاط الخلل و معالجتها و مواضع القوة فيها و تدعيمها.

3. أنواع برامج العلاقات العامة

- إن أي نشاط أو أي برنامج تعدد العلاقات العامة يجب أن يستند إليه التخطيط و هذا الأخير يختلف تبعا لنوع البرنامج
- يتفق المهتمون بالعلاقات العامة بان برامجها تنقسم إلى قسمين إلا أن الاختلاف يكمن في تسمية هذين النوعين فمنهم من يسميها برامج وقائية و برامج علاجية.
- و منهم من يسميها برامج عادية و برامج طارئة و مهما تكمن التسمية فالمعنى واحد و نجد أن البرامج الوقائية تقابلها البرامج العادية و البرامج العلاجية تقابلها البرامج الطارئة .
- و بما أن الخصائص اللازم توفيرها في إدارة العلاقات العامة التي تعتبر مركز القرار و منبع الأفكار و التوجيهات و بتسلسل منطقي الآن سنتناول المراحل المختلفة لتخطيط برنامج العلاقات العامة.

أولاً. البرامج الوقائية. العلاقات العامة طويلة الأجل و ذات أهداف محددة تحديد حسنا دراسة الأحوال القائمة دراسة دقيقة تستهدف الفهم المشترك و المشاركة في المسؤوليات الاجتماعية و المحافظة على علاقات الود و التكامل المستمر مع الجمهور بالقضاء على أي مصدر سوء الفهم .

بمعنى أن البرمجة الوقائية تتصف بالاستمرار و تتصل بالسياسة العامة لكل مؤسسة أما البرامج العلاجية تستخدم عندها يحتاج الأمر إلى بذل مجهود محدد لمواجهة أزمة طارئة يتسم بالحالية و المواجهة السريعة للمشاكل و الأزمات التي قد تبرز فجأة في علاقات المؤسسة بجمهور معين من جماهيرها الداخلية أو الخارجية كما أنها تتسم بقصر الأجل لارتباطها بمعالجة المشكلة أو الأزمة التي دعيت إليها.

و ذلك لان الغرض المنشود من مثل هذه البرامج هو المحافظة على علاقات الود المستمر مع الجمهور و القضاء على أي مصدر من مصادر سوء الفهم و تكون وفق نوع من التخطيط مبني على دراسات مستفيضة و بحوث رشيدة و يستهدف غايات بعيدة تدور في محيط إقامة علاقات ودية بين المؤسسة و جماهيرها المختلفة و ذلك عن طريق العمل الدائب لإزالة كل ما يتسبب عنه سوء الفهم أو تعارض المصالح كما انه يمكن أن يكون طويل المدى كالإستراتيجية أو قصير المدى . حيث "يعرف فايول " التخطيط بأنه التنبؤ بالمستقبل و الاستعداد له".

كما يشير التخطيط إلى أنه عملية تعبئة و تنسيق و توجيه الموارد و الطاقات البشرية و المادية و التنظيمية لتحقيق أهداف مرغوب فيها و متفق عليه بأقل تكلفة ممكنة و بأدنى جهد في وقت قصير . يعرف التخطيط أيضا " بأنه عملية التفكير المنطقي المنظم لتحليل الإمكانيات المادية و البشرية و المعنوية و تنظيمها بأفضل أسلوب يحقق الأهداف المرسومة.

ثانيا. البرامج العلاجية. و هي تلك البرامج التي تستخدم لمواجهة حالة طارئة أو أزمة تستدعي التدخل و يسمى بعض خبراء العلاقات العامة نوع التخطيط في هذا النوع من البرامج بالتخطيط للزمات أو الكوارث و يتسم بالحركة و التأهب لمواجهة أي أزمة أو موقف طارئ و نلاحظ أن الأمر تغير خصوصا بالنسبة لكبرى الشركات العالمية التي أصبح واضعوا برامج العلاقات العامة فيما يهتمون أولا و قبل كل شيء بالبرامج الوقائية و خطط العلاقات العامة محددة و مرتبطة بالأهداف الموضوعية و من ثمة فإنها يجب أن لا تهدف إلى التنبؤ بالمستقبل فحسب و إنما تشكيله بالصورة التي تخدم أغراض الهيئة و من الصعوبة بمكان وضع خطة للعلاقات العامة بدون إطار يحددها أو بدون أهداف ترسمها.

و يمكن عن طريق الإجابة على الأسئلة التالية وضع الخطوط العريضة للخطة .

- هل يراد من العلاقات العامة خلق جو أفضل لعمل الهيئة ؟
- هل الغرض من العلاقات العامة تغير اتجاهات الجماهير تجاه المؤسسة ؟
- هل الغرض من العلاقات العامة إخبار الجماهير بنشاط الهيئة ؟
- هل يراد من العلاقات العامة كسب ثقة و تعاون الجمهور مع الهيئة ؟
- هل الغرض من العلاقات العامة تصحيح الأفكار الخاطئة و سوء الفهم ؟